

ET LE CONSOMMATEUR DANS TOUT ÇA?

Les sociétés de capital-risque et les banques d'affaires se frottent les mains. Les fusions et acquisitions sont plus que jamais d'actualité, dans tous les secteurs. Incorporez Heinz et Kraft et mélangez bien, versez Douwe Egberts et Jacobs dans une grande cafetière... Ah, et qui est encore le nouveau propriétaire d'Iglo, et pour combien de temps? Pour le personnel, la pilule est souvent dure à avaler. Les fonds de capital-investissement pratiquent en effet une culture du management brutale où priment les assainissements et la maîtrise des coûts. Les résultats passent avant tout et doivent de préférence arriver rapidement – un délai de deux ans étant déjà considéré comme du long terme. Et le consommateur dans tout ça? Une union Ahold-Delhaize – ou, qui sait, Carrefour-Cora – servirait-elle vraiment mieux le shopper, où assiste-t-on simplement à une gigantesque fuite en avant? La réponse est simple: la question ne se pose même pas. Ce sont les marchés qui font les lois, pas les marketeurs.

Stefan Van Rompaey
Rédacteur en chef

stefan@storecheck.be
linkedin.com/in/stefanvanrompaey
Twitter: @StefVanRompaey

Éditeur responsable: Piet Salens
Gravendreef 9 bus 8 I B-9120 Beveren
Tél.: 03 750 90 20 I Fax: 03 750 90 29 info@storecheck.be

Rédacteur en chef: Stefan Van Rompaey
Tél.: 03 750 90 24 stefan@storecheck.be
Rédaction finale: Frederika Hostens I frederika@storecheck.be

Account manager: Kjell Bries
Tél.: 03 750 90 26 kjell@storecheck.be
Sales Assistant: Ina Veeckman
Tél.: 03 750 90 25 ina@storecheck.be

Collaborateurs à la rédaction: Werner Claeys, An De Maere, René De Witte, Gaert Degrande, Sandra Gyles, Bruno Hoditte, Jan Verbanck, Erik Verdonck.
Mise en page et production: Nadine Bogaert
Photographie: The Image Factory, Filip De Smet e.a.

Abonnements: Nadine Pharasyn
Tél.: 03 750 90 20 info@storecheck.be
Voir www.storecheck.be
Tirage 7000 ex
Impression: www.roels-printing.be

StoreCheck Magazine est imprimé sur du papier "Core silk" sans bois. Les encres d'impression utilisées sont également écologiques. Il est adressé sous film en LDPE recyclable.
© Editing Media Group. EMG S.A. a mis le plus grand soin à vérifier les informations et ne peut être tenu responsable d'éventuelles erreurs ou données incorrectes.

PEOPLE

- 10 Willy Naessens
"Les bonnes personnes à la bonne place"
- 12 Nathalie Bekx, Trendhuis
"Communiquer de manière motivante à propos d'un mode de vie plus sain"



12

STORES

- 14 Intermarché Soignies mise sur la différenciation
Marché du frais et soft discount sous un même toit
- 17 Nouveau look pour Shop & Go
Répondre à l'évolution du comportement de l'acheteur



17

MARKETS

- 19 Mieux armé contre les allergies et les intolérances alimentaires
L'alimentation sans allergènes: une niche ou un segment?



19

BRANDS

- 23 Simplement entre les repas!
Le snacking: l'axe d'innovation dans le secteur alimentaire en 2015
- 28 Mira De Maeyer, Danone
"L'innovation au sens large"

CHECK-UP

- 30 Rayon presse sous la loupe
Un investissement à envisager
- 33 Magasins semi-permanents: mode d'emploi
Des solutions flexibles aux avantages à long terme



30

MAIS ENCORE...

- 6 Check-In – L'actualité du retail
- 32 StoreTalk – Citations remarquables
- 36 Check-Out – L'actualité food